



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY  
DENMARK

## Effektregnskab for "Skagen Odde Interaktions Projekt"

Mark, Stine

*Publication date:*  
2012

*Document Version*  
Tidlig version også kaldet pre-print

[Link to publication from Aalborg University](#)

*Citation for published version (APA):*  
Mark, S. (2012). *Effektregnskab for "Skagen Odde Interaktions Projekt"*. Institut for Læring og Filosofi, Aalborg Universitet.

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

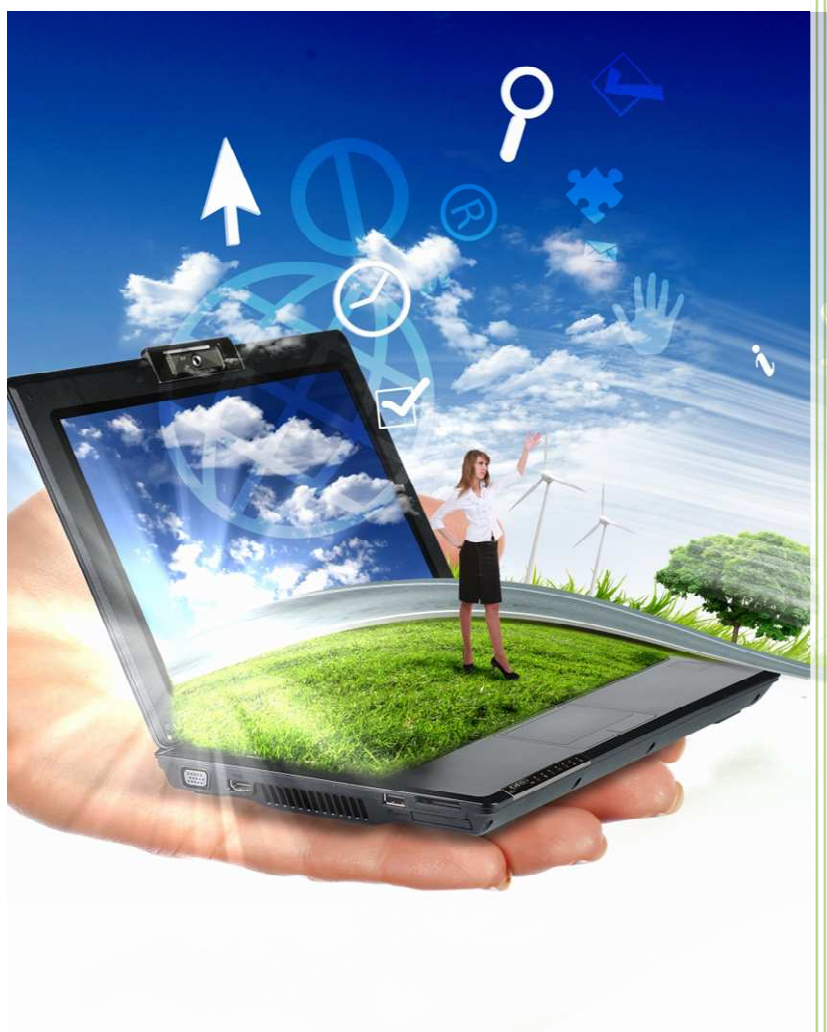
- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# 2012

## Effektregnskab for projektet "Skagen Odde Interaktions Projekt"



**SKAGEN**  
BY- OG EGNMUSEUM



AALBORG UNIVERSITET

Effektregnskab for projektet "Skagen Odde Interaktions Projekt"

Forskningsrapport · 34 · 2012

© 2012 Institut for Læring og Filosofi og Stine Mark

ISBN 978-87-91543-97-5 (e-book)

Rapporten er udarbejdet for KulturarvNord og Skagen By- og Egnsmuseum/Nordjyllands Kystmuseum

Udgivet af

Institut for Læring og Filosofi  
Aalborg Universitet  
Sohngaardsholmsvej 2  
DK 9000 Aalborg  
Tel +45 – 9940 9950 – Fax +45 - 9815 6542  
[learning@learning.aau.dk](mailto:learning@learning.aau.dk)  
[www.learning.aau.dk](http://www.learning.aau.dk)

## Indhold

Forord .....	3
Oplevelsesøkonomisk effektivitetvurdering .....	4
Projektets formål .....	6
Projektets økonomiske og menneskelige ressourcer .....	7
Økonomisk støtte, egne medarbejdere og konsulenter .....	7
KulturarvNord .....	7
Projektets resultater .....	8
Teknologi og indhold .....	8
Brugertilfredshed .....	8
Projektets effekter .....	10
Fremtidige projekter .....	10
Eksternt samarbejde .....	10
Lokalområdet og samfundet .....	10
Konklusion .....	12
Litteratur .....	13

## Forord

Effektregnskabet for *Skagen Odde Interaktions Projekt* (SOL) er udarbejdet af forskningscenteret INCEVIDA, Aalborg Universitet 2012. Rapporten er gennemført i et samarbejde mellem INCEVIDA, KulturarvNord og Skagen By- og Egnsmuseum<sup>1</sup>.

Effektregnskabet tager udgangspunkt i en model for oplevelsesøkonomisk effektiv vurdering, som er udviklet af ApEx (Aalborg Universitet) i samarbejde med Manto A/S og InViO (Jessen m.fl. 2011). Der er blevet foretaget interviews/afholdt møder med projektets nøglepersoner fra Skagen By- og Egnsmuseum og personer med indgående viden om KulturarvNord. Desuden har der været adgang til forskelligt materiale vedrørende projektet, herunder regnskaber, projektansøgning, statistisk materiale, evaluering og en udarbejdet brochure om projektet.

---

<sup>1</sup> Skagen By- og Egnsmuseum hører nu under Nordjyllands Kystmuseum efter fusion med Bangsbo Museum og Sæby Museum.

## Oplevelsesøkonomisk effektivurdering

Effektregnskabet for *Skagen Odde Interaktions Projekt* tager udgangspunkt i en model for effektivurdering af oplevelsesøkonomiske projekter udviklet af ApEx i samarbejde med Manto A/S og InViO (Jessen m.fl. 2011).

Ifølge modellen effektivurderes oplevelsesøkonomiske projekter bedst ved at se på projekters *ressourcer*, *aktiviteter*, *resultater*, *brugerrettede effekter* samt *samfundsmæssige effekter* og sammenhængen mellem disse jf. nedenstående model.

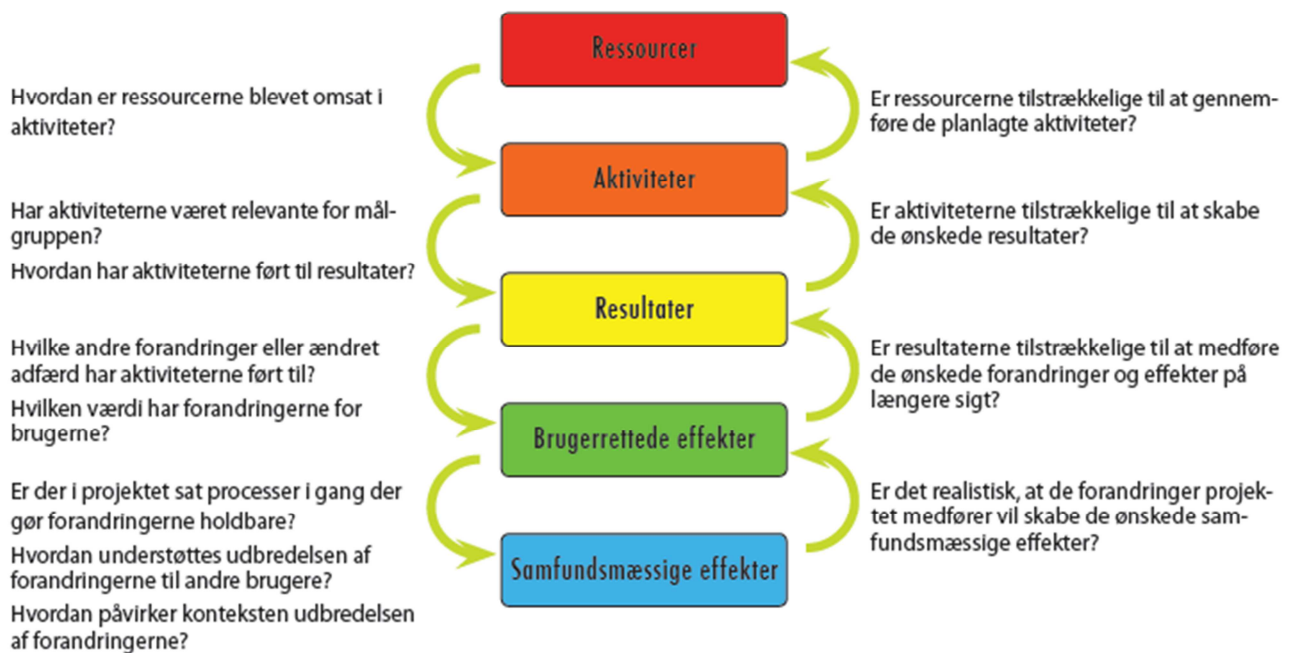
*Ressourcer*: dækker i denne sammenhæng over de forudsætninger, der betinger, at projektet kan realiseres, herunder økonomi i form af penge og tid, viden og kompetencer, teknologi, netværk og samarbejdspartnere.

*Aktiviteter*: omhandler de midler, der er til rådighed ift. opnåelse af de ønskede resultater og effekter, herunder eksempelvis workshops, konferencer, undersøgelser og analyser til konceptudvikling, kommunikation og videnopsamling.

*Resultater*: er konkrete produkter, som skabes via projektets aktiviteter.

*Brugerrettede effekter*: resultaterne af et projekt er en forudsætning for de brugerrettede effekter, som realiseres for målgruppen, herunder 'Økonomisk vækst' i form af eksempelvis højere omsætning, nye arbejdspladser, nye virksomheder, ny kapital og øget transport; 'Konkurrencekraft' som for eksempel innovation, nye produkter eller services, nye organisationsformer, nye samarbejdsformer, netværk og klynger; 'Attraktivt sted', hvilket omhandler gode oplevelsestilbud, udvikling af by/landskabsrum, styrket socialt fællesskab. Endelig kan brugerrettede effekter omhandle forbedring af rammevilkår for aktører inden for oplevelsesøkonomien.

*Samfundsmæssige effekter* dækker over dels regionaløkonomiske (iværksætteri, kreativitet, øget bosætning, attraktionskraft for erhvervslivet forstået som tiltrækning og fastholdelse af virksomheder, øget konkurrencedygtighed, effektivisering og internationalisering) og dels kulturelle effekter (dannelse, mening, identitet, sammenhængskraft i samfundet, øget velfærd og livskvalitet samt mangfoldighed) af projektet afhængigt af projektets formål.



Model for kriterier til effektivvurdering (Jessen m.fl. 2011: 25).

Den følgende effektivvurdering af *Skagen Odde Interaktions Projekt* tager som nævnt i høj grad udgangspunkt i den beskrevne model. Til effektivvurderingen anvendes de elementer i modellen, som er relevante for dette konkrete projekt.

## Projektets formål

Jf. projektbeskrivelsen er projektets formål:

*”Skagen Odde Interaktions Projekt har til formål at udvikle lærende oplevelser, der kan forøge gæsternes erkendelse og forståelse af naturens kræfter og dynamikker i samspillet med kulturhistorien. Formidlingen af oplevelserne sker med fokus på Skagen Odde, der er verdens største sandodde (...)” (Skagen By- og Egnsmuseum 2008: 20).*

*”Projektet har ligeledes til formål at koble formidling omkring Skagen Odde med anvendelse af nye interaktive medier og natur/kulturvidenskab for herigennem at skabe en moderne formidlingsplatform for lærende oplevelser” (Skagen By- og Egnsmuseum 2008: 22).*

*”Projektets strategiske sigte er*

- At udvikle regionens erhverv, kultur og museer inden for oplevelsesøkonomi – herunder kompetence, netværk og teknologi/kompetence*
- At knytte lokalt turisterhverv og museer sammen i fælles lærende formidlingsløsninger*
- At understøtte andre udviklingstiltag inden for turisterhvervet*
- At udvikle teknologi og formidlingsplatforme, som i høj grad involverer og engagerer brugerne i forbindelse med kulturel og historisk formidling*
- At udvikle konkrete produkter og platforme, som kan porteres til resten af regionen – og på sigt resten af verden”*

*Med SOI projektet imødekommes et i Skagenområdet udtalt ønske om en samlet formidling af hele Skagen Oddes udviklingshistorie og de grundlæggende dynamikker” (Skagen By- og Egnsmuseum 2008: 21).*

*”SOI fremstår som et markant bud på et konkret udviklingsinitiativ, der både styrker formidlingstilbuddet på en betalingsattraktion (Skagen By- og Egnsmuseum), på en turismetung kystbydestination (Skagen) og samtidig opkvalificerer og fornyer oplevelsestilbuddene på flere af de mest markante naturattraktioner i Nordjylland med behørig hensyntagen til bevaringsinteresserne” (Skagen By- og Egnsmuseum 2008: 24).*

*”SOI-projektet skal medvirke til at underbygge den Nordjyske satsning på turisme inden for naturoplevelser ved at styrke og udvikle formidlingen af en af regionens bedst besøgte naturområder og give områdets besøgende mulighed for unikke og lærende oplevelser.*

*Samtidig skal projektet – gennem et tæt samarbejde til de øvrige statsanerkendte museer i Nordjylland – tjene som løftestang for en generel opkvalificering og udvikling af formidlingen af andre naturfænomener og –områder i Nordjylland” (Skagen By- og Egnsmuseum 2008: 21).*



## Projektets økonomiske og menneskelige ressourcer

### Økonomisk støtte, egne medarbejdere og konsulenter

Projektet støttet af Vækstforum blev bevilliget i oktober 2007 og afsluttet i februar 2011. Ud af et regnskab på 4.362.315 kr. (Nordjyllands Kystmuseum 2012) blev 2.350.080 kr. bevilliget af Vækstforum (Vækstforum 2012). Det resterende beløb er finansieret via diverse fondsstøtte samt egenfinansiering i form af arbejdstimer.

Projektet indgik i et museumsnetværk mellem Skagen By- og Egnsmuseum, Bangsbo Museum, Sæby Museum<sup>2</sup>, Skagen Museum, Vendsyssel Historiske Museum, Læsø Museum, Try Museum og Nordjyllands Kunstmuseum (nu Kunsten). Derudover har væsentlige samarbejdspartnere og konsulenter været Nordjyllands Statsskovdistrikt, AM Produktion, ApEx (Aalborg Universitet), Toppen af Danmark, Hjørring Kommune, Frederikshavn Kommune, Læsø Kommune og Brønderslev Kommune.

I projektet var den primære ressource de ansattes eksisterende viden, som med innovativ formidling ved hjælp af moderne teknologi skulle gøres tilgængelig for de besøgende. Der er dog som anført ovenfor også trukket på eksterne kompetencer fra både private og offentlige organisationer. Nogle af disse kompetencer er rekvireret fra leverandører af den anvendte teknologi, som jf. afsnittet 'Teknologi og indhold' ændrede sig undervejs i projektet. Denne omstilling var ressourcekrævende for både projektets økonomi, som derfor i de afsluttende faser blev presset, og for medarbejderne, som skulle foretage ændringerne i planlægningen.

### KulturarvNord

Både i løbet af dette projektforløb og løbende i arbejdet på Skagen By- og Egnsmuseum (Nordjyllands Kystmuseum) trækkes der hele tiden på museumsnetværket KulturarvNord (KAN) (KulturarvNord 2008). Det opleves som en væsentlig synergi, at flere innovationsprojekter<sup>3</sup> i netværket kørte samtidig, selv om nogle af projekterne på de forskellige museer har trukket en del ud.

Museet har i forbindelse med projektet haft stor glæde af at være en del af KAN. Den erfaringsopsamling, der er foregået i forbindelse med innovationsprojekterne blandt KAN-medlemmer, har bidraget til udvikling af kompetencer i forhold til projektgenerering, -ledelse og -styring.

Det har været en forudsætning for igangsættelsen af Vækstforum-projekterne i KAN, at de deltagende museer har besiddet åbenhed og forståelse for deres rolle ift. regionens attraktionskraft. Projekterne er et forsøg på at tilføre museerne et kommercielt islæt i deres virke.

---

<sup>2</sup> Jf. 1. fodnote hører Skagen By- og Egnsmuseum, Sæby Museum og Bangsbo Museum nu alle under Nordjyllands Kystmuseum.

<sup>3</sup> Innovationsprojekterne omfatter *Digitales II – Det svære valg* (Bangsbo Museum), *Skagen Odde Interaktions Projekt* (Skagen By- og Egnsmuseum), *Rubjerg Knude – formidling af naturen med edutainment og sansning* (Vendsyssel Historiske Museum & Historisk Arkiv), *Museet som kulturøkonomisk drivkraft i yderområdet* (Skagens Museum) samt Netværksplatform til kulturarvsklynge Nordjylland (KulturarvNord 2008).

## Projektets resultater

### Teknologi og indhold

I løbet af projektperioden har den teknologiske udvikling inden for mobile medier ændret sig, hvilket betyder, at de oprindelige løsninger, som er beskrevet i projektansøgningen, tilsvarende er blevet revideret (Skagen By- og Egnsmuseum 2008: 20-25; Nielsen & Sloma-Jessen 2011).

I forbindelse med projektet er der blevet udviklet funktioner til den eksisterende hjemmeside samt en mobilapplikation og en applikation til Microsoft Surface. Surfacerløsningen (applikationen tastris) omfatter en applikation, hvor der er defineret vandreruter ud i nærområdet, turistinformation og egen planlagt rute. Mobilapplikationen (tastris explorer) indeholder et antal zoner, der hver repræsenterer lokalområdets natur- og kulturhistorie.

Oprindeligt var tanken, at der skulle formidles med brug af Microsoft Surface i større stil, end der endte med at blive. Planen var, at informationer fra surface enheder via bl.a. QR koder på skilte og supplement tags skulle kobles til brugernes mobiltelefoner. Denne teknologi blev dog forældet og overhalet med udbredelsen af smartphones. På museet valgte man derfor ud over at installere en enkelt surface skærm også at udvikle en mobilapplikation på trods af, at der egentlig ikke var budgetteret med ressourcer til dette formål. Der måtte dermed i høj grad prioriteres økonomisk i projektets afsluttende faser, men det blev vurderet, at skulle brugernes interesse fanges, måtte de nyeste og mest innovative teknologier anvendes, frem for at der blev installeret en masse teknologi, som brugerne ville finde forældet.

### Brugertilfredshed

På Skagen By- og Egnsmuseum betragtes projektet som værende en succes. De besøgende giver tiltagene positive tilbagemeldinger, hvilket ligeledes er tilfældet for evalueringen, hvor formidlingen både i forhold til teknologi og indhold betegnes som attraktiv, fordrende for læring og social interaktion/fælles oplevelser mellem grupper af besøgende samt unik og personlig (Nielsen & Sloma-Jessen 2011). Især yngre mennesker og børn bliver fascinerede af teknologien, som overrasker dem positivt, når de besøger museet.

I evalueringen fremhæves det således, at:

*"Dette [undersøgelse af surfacerløsningen] har tegnet et billede af, at det fortrinsvist er yngre gæster, der tiltrækkes af denne. I den forbindelse synes det relevant at nævne, at mediet har en magnetisk effekt og er i stand til at fange gæsternes opmærksomhed. (...) Generelt vurderes det, at indholdet og informationerne er interessante, giver anledning til interaktive eksperimenter og mulighed for at opbygge "hvad nu hvis" situationer og egne scenarier. Tilmed er den sociale interaktion, som brugerfalden opfordrer til, med til at højne oplevelsen, da den dels giver en særegen fællesoplevelse, der adskiller sig fra andre formidlingsløsninger (...)"* (Nielsen & Sloma-Jessen 2011:3-4).

Og om mobilapplikationen konkluderes det i evalueringen:

*"(...) Endvidere opleves de omtalte natur- og kulturhistoriske steder på en utraditionel måde, hvor der i høj grad er mulighed for at blive grebet af at bevæge sig mellem mange forskellige formidlingspunkter. At det er muligt at sætte sit personlige præg i applikationens indhold, vurderes ydermere til at være en motivati-*

*onsfaktor for brugeren. Løsningen må i højeste grad betegnes som innovativ og således målopfyldende for projektet” (Nielsen & Sloma-Jessen 2011:5).*

Ifølge evalueringen er der dog også rum for videreudvikling af både surface-løsningen og mobilapplikationen. Blandt andet ønskes der nye zoner tilføjet i mobilapplikationen samt indledningsvist en højere grad af forklaring af applikationens indhold, og der ønskes mulighed for overførsel af elementet ”planlagt rute” fra surface-enheden til brugernes mobiltelefoner (Nielsen & Sloma-Jessen 2011). Mobilapplikationens indhold er løbende blevet opdateret og opkvalificeret, og der er blandt andet blevet tilføjet en introtekst. Pt. overvejes det, om applikationen skal porteres til en helt ny applikation, således de muligheder, som hardware- og softwareudviklingen har medført, siden applikationen blev introduceret, udnyttes. Museet har også reflekteret over evalueringens kritik af manglende mulighed for at overføre den planlagte rute fra surface-skærmen til mobiltelefonen og dermed anvende ruten videre ud i landskabet. Løsningen er i stedet blevet, at ruteplanlægning er blevet indarbejdet i mobilapplikationen, således mobilens indbyggede gps genererer ruten.

Der ses ingen stigning i besøgstal eller brugere af hjemmesiden som følge af projektet; i 2007 var der 20.266 besøgende på museet, i 2008 var der 20.288 besøgende, i 2009: 19.450 besøgende, i 2010: 17.794 besøgende og i 2011: 18.924 besøgende (Nordjyllands Kystmuseum 2012). I den forbindelse skal det nævnes, at der i perioden har været finanskrisen i landet, ligesom besøgstal ikke i sig selv er projektets hovedfokus jf. afsnittet ’Projektets formål’. Over perioden tyder tallene ikke på et markant fald i antallet af besøgende, hvorfor det kan konkluderes, at de lærende oplevelser ved brug af innovativ formidling når ud til målgruppen. I evalueringen peges der endvidere på, at de nye tiltag fremadrettet vil få en positiv effekt på besøgstallet (Nielsen & Sloma-Jessen 2011:4).

## Projektets effekter

### Fremtidige projekter

Projektet har bidraget til, at Nordjyllands Kystmuseum har opnået styrkede kompetencer til styring af projekter, herunder kompetencer ift. økonomi og revision, samarbejde med eksterne partnere og leverandører samt kommunikation med Region Nordjylland og Erhvervs- og Byggestyrelsen. I forhold til fremtidige projekter giver netværket KulturarvNord desuden museerne adgang til sparring vedrørende projektarbejdsformen.

Sammen med de øvrige igangsatte innovationsprojekter på andre museer i regionen og medlemskabet af KulturarvNord har projektet betydet, at museerne siden har haft mod på og kompetencer til at give sig i kast med de endnu mere omfattende projekter IKON (Interkulturelt OplevelsesNetværk) og MARIFUS (Maritime inlands - past, present and future strength), som begge foregår i international/nordisk kontekst og indbefatter en lang række nordiske aktører, herunder flere nordjyske museer. Endvidere er Nordjyllands Kystmuseum en del af projektet *iGuide - Digitalt forstærkede kulturarvsoplevelser* vedrørende mobilapplikationer (Kulturstyrelsen 2011), hvor der trækkes på medlemsmuseernes erfaringer med denne teknologi. I den forbindelse er erfaringerne fra SOI-projektet yderst relevante at trække på.

### Eksternt samarbejde

Projektet har bidraget til øget kontakt mellem Kystmuseet og eksterne virksomheder, herunder leverandører, andre museer, vidensinstitutioner og turisterhverv. Fremadrettet ift. kommende projekter har man på museet opnået en kompetenceafklaring vedr. både tekniske løsninger, konceptudvikling og udformning af ansøgninger om midler. Der er således skabt bedre overblik over hvilke kompetencer, der er behov for i forbindelse med kommende projekter, hvilke kompetencer, der rådes over blandt egne medarbejdere, samt hvilke kompetencer der bedst rekvireres i eksterne virksomheder. Ligeledes er der skabt øget klarhed over formalia såsom udbudsregler, som er nødvendigt at håndtere ift. eksterne leverandører.

### Lokalområdet og samfundet

I lighed med de øvrige innovationsprojekter jf. fodnote 3, har SOI været med til at skabe en positionering af museerne ift. nordjysk turisterhverv. I dette tilfælde gælder positioneringen i første omgang Skagen By- og Egnsmuseum og siden efter sammenlægningen Nordjyllands Kystmuseum som helhed. Dette blandt andet i kraft af, at der på museet har været fokus på at informere bredt om de nye tiltag i form af eksempelvis afholdelse af foredrag hos restauratørforeningen, turismeforeningen m.fl. med fokus på tematikken vedr. sammenhæng mellem kultur og natur. Dette har bidraget til, at disse emner står højt på dagsordenen i området, og andre aktører (herunder erhvervsliv) er vidende om, at museet ligger inde med denne værdifulde information. Denne form for "public service" tages seriøst på museet på trods af knappe tidsmæssige ressourcer, da det bidrager med skabelse af grobund for lokal vækst og attraktionskraft. Denne funktion er vanskeligt at måle i modsætning til en kvantificerbar størrelse som eksempelvis besøgstal, men det er en yderst væsentlig faktor at tage i betragtning, når projekter af denne type evalueres.

Umiddelbart er det vanskeligt at påvise, at projektet har medført samfundsmæssige effekter som defineret i afsnittet 'Oplevelsesøkonomisk effektiv vurdering'. Det kan dog fremhæves, at såfremt projektets innovative tiltag synliggøres, kan projektet være medvirkende til at positionere det omgivne samfund som et attraktivt område, hvilket kan virke fordrende for skabelse af identitet og sammenhængskraft, øget bosætning, attraktionskraft for erhvervsliv mv.

## Konklusion

Effektregnskab for Skagen Odde Interaktion har vist, at projektet i høj grad lever op til sine formål jf. afsnittet 'Projektets formål'.

Skagen By- og Egnsmuseum har formået at opbygge en moderne formidlingsplatform for lærende oplevelser, der engagerer og personliggør de besøgendes oplevelser på museet og i landskabet. Formidlingen sker på flere måder ved brug af såvel udstilling og ny teknologi på museet som hjemmeside og en mobilapplikation, der kan bruges uden for museet. Brugernes tilbagemeldinger er meget positive, og specielt det yngre publikum er begejstret for museets anvendelse af teknologi i sin formidling.

Arbejdet med de forskellige elementer i den innovative formidling er blevet et forbillede for fremtidige formidlingsprojekter på Nordjyllands Kystmuseum, ligesom erfaringerne med både teknologien og projektmetoden som arbejdsform kan og er blevet anvendt i forbindelse med andre projekter i museumsnetværket KulturarvNord. KulturarvNord har bidraget med værdifulde sparringspartnere i løbet af projektperioden, hvilket også vil være tilfældet i fremtidige projekter på museet. Yderligere er der med projektet skabt et bedre overblik over hvilke kompetencer, der er behov for i et projekt af denne type, hvilke kompetencer, der rådes over blandt egne medarbejdere, samt hvilke kompetencer der bedst rekvireres i eksternt..

Projektet har tilsyneladende haft en positiv afsmittende effekt lokalt i forhold til udviklingstiltag, der berører temaet sammenhæng mellem natur og kultur. Dette bidrager til skabelse af grobund for lokal vækst i form af attraktionskraft for virksomheder, turister og nye beboere i området samt (fortsat) skabelse af lokal identitet og sammenhængskraft.

## Litteratur

Jessen, Line Bjerregaard m.fl. (2011): *Oplevelsesøkonomisk effektivitet – Model og eksempler*. Apex analyser #3. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag

KulturarvNord (2008): <http://www.kulturarvnord.dk/>

Nielsen, Janni Juul & Mia Sloma-Jessen (2011): *Evalueret af SOL-projektet*

Nordjyllands Kystmuseum (2012): Statistiske opgørelser til brug i nærværende rapport er fremsendt direkte af Nordjyllands Kystmuseum

Skagen By- og Egnsmuseum (2008): *Ansøgning om tilskud, Version 2, Regionalfonden*

SHRPA/brochure: *Skagen Odde Interaktion*

Vækstforum (2012): *Projekter indstillet til støtte af det nordjyske Vækstforum i 2007-2010*

[http://www.rn.dk/RegionalUdvikling/Vækstforum/Projekter/Projekter\\_REUS\\_2007-2010.htm#phBodyIndex\\_TOC\\_5](http://www.rn.dk/RegionalUdvikling/Vækstforum/Projekter/Projekter_REUS_2007-2010.htm#phBodyIndex_TOC_5)